7 actions à mettre en place en 2019 pour une Direction Innovation efficace

Pour sortir des POC à tout-va qui ne mènent nulle part et qui ne permettent pas toujours d'embarquer l'équipe dans son ensemble, voici 7 actions à mener par les Direction Innovation pour mobiliser durablement startups et collaborateurs.

Temps de lecture : minute

---

21 janvier 2019

En 2019, la réduction du cycle de l'idée à l'industrialisation va rester l'enjeu clé pour les Directions Innovation ne voulant pas être cantonnées à devenir des 'machines à POC'. Autre enjeu dans un contexte français morose et pessimiste, comment les Direction Innovation vont-elles contribuer à "réenchanter" l'implication des parties prenantes de l'organisation (salariés, clients, startups, etc.) dans les partenariats avec les startups, l'intrapreneuriat et la co-création d'offres nouvelles ? Enfin, les méthodes agiles ayant infusé dans les manières nouvelles de travailler, comment permettre de passer à l'échelle leur application à plusieurs milliers de participants sur des cycles courts dans les processus d'innovation ? Enfin, comment s'appuyer sur l'innovation digitale et l'intelligence collective pour accélérer le tout ?

Voici 7 actions concrètes pour compléter la feuille de route des Directions de l'Innovation en 2019 afin de répondre aux enjeux suivants : réduire le cycle d'innovation par l'implication du plus grand nombre et l'appropriation par l'ensemble de l'organisation, remobiliser la capacité créative des collaborateurs ou des clients par un format de Design Fiction innovant et résolument utopique, surfer sur la vague de la concertation

citoyenne pour mobiliser encore plus les parties prenantes de l’écosystème.

Réussir l’acquisition et l’intégration d’une startup grâce à l’intelligence collective

On le sait tous et trop bien, les grands groupes tuent le plus souvent une startup (ou une PME) et les bénéfices attendus, une fois la transaction effectuée, par son incapacité structurelle et culturelle à l’intégrer et à sublimer les synergies. Imaginons qu’un grand débat en ligne invite l’ensemble des collaborateurs du groupe à co-construire un plan d’action sur le thème " *Comment réussir l’intégration de la startup X pour contribuer à notre plan stratégique ?* " Un coup gagnant à 3 bandes : un plan de communication et de sensibilisation auprès de tous sur l’acquisition (en démontrant que tout reste à faire en toute humilité), une communauté mobilisée pour accélérer et réussir l’intégration et booster les synergies, une équipe startup bluffée par la culture collaborative du grand groupe qui les accueille.

Co-construire le programme d’intrapreneuriat du groupe ... avec les intéressés

C’est à dire avec l’ensemble des collaborateurs ! Ça tombe sous le sens mais ce n’est pourtant pas fait : en général on va plutôt créer ce programme en mode projet, certes avec un minimum de collaboration, mais jamais avec la dimension massive et concertée qu’un tel programme mériterait. Un débat à organiser avec tous les salariés serait tellement pertinent sur des thèmes comme : le processus d’éligibilité, les modalités de soutien (techniques, RH, etc.), les domaines innovants à adresser, les facteurs clés de succès et les risques dans le lancement et la mise en oeuvre, le processus et les étapes clés d’un projet type, etc. Et si le

programme d’intrapreneuriat existe déjà, cela reste une formidable occasion de le remettre à jour en mode intelligence collective pour définir sa feuille de route 2020 par exemple. Et en sortir en 2 mois à plusieurs milliers de participants (motivés par nature vu le sujet) les 15 à 20 actions clés et recommandations structurantes à intégrer par l’équipe Innovation dans son programme, et à piloter ensuite avec d’autant plus de facilité qu’il y a eu en amont une appropriation hors norme par l’ensemble des candidats potentiels.

Co-contruire sa feuille de route innovation 2019/2022 à plusieurs milliers en 3 mois

Rien de mieux pour développer une culture d'innovation et une appropriation par chacun de l'enjeu d'innover au quotidien quelque soit son métier ou son activité que d'associer chaque filiale, département, entité et collaborateur à la co-construction de la feuille de route innovation et de ses projets prioritaires.

Identifier ses 5 domaines de rupture grâce à l'intelligence collective

Les Directions Innovation ont souvent développé un certain nombre de POCs ces dernières années et ne sont désormais plus certaines qu'ils sont en cohérence avec les grands domaines susceptibles de disrupter le secteur de leur entreprise. D'ailleurs, ce travail d'identification et de validation de ces grands domaines n'a la plupart du temps pas été fait: demandez aux top managers de vous les citer et vous pourrez constater qu'ils ne sont souvent pas capables de le faire ou pas alignés sur lesquels ils sont. Une démarche d'intelligence collective pour les définir aurait non seulement l'avantage de sensibiliser la plus grande partie de l'organisation sur ces enjeux, mais donnerait aussi à la Direction Innovation le référentiel pertinent pour piloter ensuite son portefeuille de

projets, POCs internes ou partenariats avec les startups, et animer sa veille.

Organiser un 'concours innovation inversé' en interne

Objectif ? Réduire le cycle de l'idée à l'industrialisation. Un des problèmes des concours (ou challenges) d'innovation qui mobilisent les salariés intrapreneurs réside dans le fait que leurs projets, même lauréats, ont à ce stade peu de soutien et une appropriation faible du reste de l'organisation. Un manque qui va se révéler destructeur au moment, nerf de la guerre, de passer du POC à l'industrialisation. Donc comment garder les avantages d'une dynamique d'appel à talents pour porter des projets innovants, tout en augmentant au plus tôt le soutien de tous les départements (Marketing, RH, IT, Finance, etc.) ? Il s'agit plutôt de lancer une démarche d'intelligence collective sur un certains nombres de thèmes stratégiques et d'en faire émerger une série de nouveaux projets co-créés par tous, puis ensuite d'appeler des talents pour les porter. Cette dynamique est ainsi garante de l'accélération induite si attendue pour passer de l'idée à l'industrialisation.

Définir des scenarii inspirants et riches d'insights uniques d'un futur positif

Sous la forme de micro-nouvelles écrites par des salariés (ou des clients/citoyens) pour impliquer les équipes en révélant leurs talents d'écrivain et de storyteller. Cf l'exemple du débat 'Villes & Territoires de demain' du Ministère de la Transition Ecologique et Solidaire qui a été jusqu'à publier les 30 meilleures histoires ("Livrets Citoyens") de leurs ateliers BrightMirror sous la forme d'une bande dessinée à consulter ici.

Impliquer ses clients/consommateurs sur un sujet sociétal lié à la marque lors d'un débat citoyen.

Dans une époque ou les enjeux sociétaux (écologie et respect de l'environnement, éducation, transition énergétique, économie circulaire, etc.) sont de plus en plus indissociables de tout nouveau produit ou service (élaboré dans un esprit Design), il s'agit aussi d'innover dans la manière d'interagir avec ses clients/consommateurs qui attendent d'être consultés avec les mêmes méthodes et outils que celles utilisées pour mobiliser les citoyens (forum de discussion, conversations et interactions entre participants, etc.) plutôt que les approches marketing classiques (questionnaires fermés, focus groups, etc.).

Martin Duval est cofondateur et co-président de Bluenove, structure spécialiste de l'intelligence collective.

Article écrit par Martin Duval